

PESAN MOTIVASI DALAM BENTUK ILUSTRASI MELALUI INSTAGRAM
(Analisis Isi Pesan Dalam Akun Instagram @nkcthi)



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika

Oleh:

ZAYYANA KHOIRUNASYA

L100170172

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021

HALAMAN PERSETUJUAN

PESAN MOTIVASI DALAM BENTUK ILUSTRASI MELALUI INSTAGRAM

(Analisis Isi Pesan Dalam Akun Instagram @nkcthi)

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

ZAYYANA KHOIRUNASYA

L100170172

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Sidiq Setyawan, M.I.Kom

NIK. 100.1675

HALAMAN PENGESAHAN

PESAN MOTIVASI DALAM BENTUK ILUSTRASI MELALUI INSTAGRAM (Analisis Isi Pesan Dalam Akun Instagram @nkcthi)

OLEH
ZAYYANA KHOIRUNASYA
L100170172

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 30 September 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

- | | |
|--|--|
| 1. Sidiq Setyawan, M.I.Kom
(Ketua Dewan Penguji) | (..... ) |
| 2. Vinisa Nurul Aisyah, M.I.Kom
(Anggota I Dewan Penguji) | (..... ) |
| 3. Agus Triyono, M.Si.
(Anggota II Dewan Penguji) | (..... ) |

Dekan,




Nurgiyatna, S.T., M.Sc., Ph.D.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 30 September 2021

Penulis


ZAYYANA KHOIRUNASYA
L100170172

PESAN MOTIVASI DALAM BENTUK ILUSTRASI MELALUI INSTAGRAM

(Analisis Isi Pesan dalam Akun Instagram @nkcthi)

Abstrak

Instagram merupakan salah satu situs jejaring sosial berbasis internet. Dewasa ini, banyak sekali dari masyarakat di Indonesia yang menggunakan Instagram untuk dijadikan bahan hiburan dengan upload foto atau video ataupun sekedar melihat-lihat saja. Namun tidak hanya itu, sekarang Instagram bisa dijadikan sebagai sarana untuk memberikan motivasi dengan cara tidak langsung namun melalui ilustrasi. Penelitian ini, meneliti bagaimana wacana yang dibangun oleh pesan motivasi berbentuk ilustrasi dan berfokus terhadap pesan yang terdapat dalam akun Instagram @nkcthi dengan kategori teks berilustrasi. Teori yang digunakan adalah analisis wacana serta dengan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Observasi pada akun Instagram @nkcthi dengan melihat konten yang disajikan pada periode Januari 2020-Juni 2020. Pada periode tersebut, terdapat 5 unggahan yang masuk kedalam kategori. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa wacana teks pada setiap unggahan dalam akun Instagram @nkcthi berhasil membangun pesan motivasi dan terdapat empat jenis motivasi didalamnya, yaitu motivasi prestasi, motivasi ekstrinsik, motivasi takut, dan motivasi investasi.

Kata Kunci: instagram, analisis wacana, kualitatif

Abstract

Instagram is one of the internet-based social networking sites. Today, many people in Indonesia use Instagram to be used as entertainment material by uploading photos or videos or just looking around. But not only that, now Instagram can be used as a means to provide motivation indirectly but through illustrations. This study examines how the discourse built by motivational messages is in the form of illustrations and focuses on messages contained in the @nkcthi Instagram account with the illustrated text category. The theory used is discourse analysis and qualitative descriptive methods. The data collection technique used is Observation on the @nkcthi Instagram account by looking at the content presented in the January 2020-June 2020 period. In that period, there were 5 uploads that fell into the category. This study found that the text discourse on each upload in the @nkcthi Instagram account succeeded in building a message and there were four types of motivation in it, namely achievement motivation, extrinsic motivation, fear motivation, and investment motivation.

Keywords: instagram, discourse analysis, qualitative

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jejaring sosial atau media sosial sangat digemari oleh remaja, para remaja memuji media sosial karena membantu membangun persahabatan yang lebih kuat dan mengekspos mereka ke dunia yang lebih beragam (Anderson & Jiang, 2018). Rasa tidak aman yang kadang dirasakan oleh remaja, dapat diatasi salah satunya dengan menggunakan media sosial. Bahkan sekitar delapan dari sepuluh remaja berusia 13 hingga 17 (81%) mengatakan media sosial membuat mereka merasa lebih terhubung dengan apa yang terjadi dalam kehidupan teman-teman sekitarnya, dua pertiga mengatakan platform ini membuat mereka merasa seolah-olah memiliki orang-orang yang akan mendukung mereka melalui masa-masa sulit (Anderson & Jiang, 2018).

Salah satu bentuk dari jejaring sosial adalah Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri (Mahendra, 2017). Instagram dapat diakses untuk dijadikan sarana hiburan. Dengan banyaknya konten yang tersebar di instagram, kita bisa memilih dan melihat-lihat konten apa yang ingin kita konsumsi. Selain sarana hiburan, ada beberapa akun instagram yang menyajikan konten untuk memotivasi *followers*-nya atau siapapun yang membaca *post* di dalam akun instagram tersebut. Salah satunya adalah akun instagram @nkcthi.

Akun Instagram @nkcthi atau dengan kepanjangan Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini, merupakan akun Instagram dengan *followers* sebanyak 1,6 juta, *posts* sebanyak 672 dan *following* 10 (per 18 November 2020). Dikarenakan banyaknya peminat dari akun ini, akun instagram @nkcthi pernah diangkat menjadi sebuah buku dengan cetakan pertama yang diterbitkan bulan Oktober tahun 2018 dan dijadikan film dengan judul “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini” yang tayang pada tanggal 2 Januari tahun 2020.

Konten yang disajikan oleh akun ini kebanyakan berisi tentang tulisan-tulisan dengan ilustrasi seperti gambar-gambar yang dapat membuat pembacanya merasa termotivasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun bentuk motivasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seperti unggahan di akun @nkcthi dengan

teks “Silahkan patahkan jalannya, menuju sana tidak cuma satu caranya” Yang di publikasikan pada tanggal 19 Juni tahun 2020.



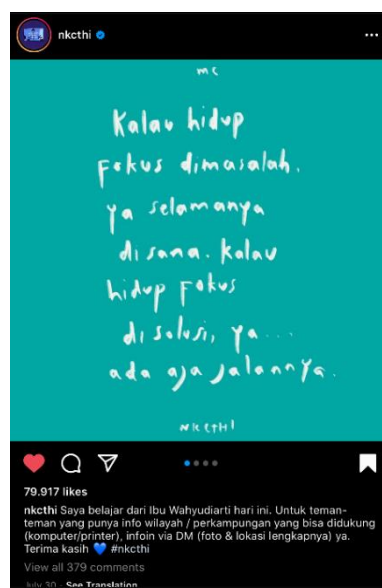
Gambar 1. Akun Instagram “nkcthi”

Motivasi itu sendiri adalah dorongan yang membuat orang bertindak atau berperilaku dengan cara-cara motivasi yang mengacu pada sebab munculnya perilaku, seperti faktor-faktor yang mendorong orang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu (Terry, 1996).

Banyak dari remaja yang sekarang merasa tidak percaya diri dengan dirinya sendiri atau bisa disebut dengan *insecure*. *Insecure*, atau rasa tidak aman, bisa diartikan sebagai rasa takut akan sesuatu yang dipicu oleh rasa tidak puas dan tidak yakin akan kapasitas diri sendiri. Rasa *insecure* inilah yang pada akhirnya, memicu untuk menciptakan ‘topeng’ agar sisi lain yang ingin kita sembunyikan itu tidak terlihat oleh orang lain. Dengan kata lain, kita berusaha menutupi sisi lain itu dengan melakukan sesuatu yang menurut kita, bisa membuat kita tampak hebat di mata orang lain (Mu’awwanah, 2017)

Munculnya *insecure* salah satunya bisa diakibatkan karena adanya perbandingan kepada orang lain. Terlebih lagi dalam bermedia sosial, Perbandingan yang muncul adalah perbandingan antara kelemahan diri dengan kelebihan yang dimiliki oleh pengguna media sosial lainnya (Vogel et al., 2014) Perbandingan sosial tidak hanya berpengaruh agar seseorang dapat mengevaluasi diri sendiri, akan tetapi dalam perbandingan sosial, seseorang dapat mengalami tekanan untuk lebih memajukan diri sesuai dengan yang dibandingkan (Chua & Chang, 2016)

Adanya fenomena *insecure* ini membuat beberapa orang ingin mencari suatu hal yang membuat mereka merasa lebih baik sekalipun hanya membaca tulisan. Media massa dapat memediasi hal tersebut dengan membuat seseorang merasakan seolah-olah seseorang memiliki sesuatu yang akan mendukung mereka melalui masa-masa sulit (Anderson & Jiang, 2018) walaupun hanya dengan membaca suatu teks atau melihat pesan bergambar. Sama halnya dengan akun @nkcthi, dimana tujuan dari konten yang disajikan adalah untuk membuat orang lain yang membutuhkan semangat, bisa menemukan semangatnya kembali atau bahkan merasa termotivasi setelah membaca beberapa *posting*-an yang ada di akun tersebut. Salah satu teks yang mendukung adanya bentuk motivasi dari akun @nkcthi adalah “Kalau hidup fokus dimasalah, ya selamanya disana. Kalau hidup fokus di solusi, ya... ada aja jalannya” yang diunggah pada tanggal 30 Juli 2020. Selain itu, akun @nkcthi juga menyediakan sesi untuk bercerita, dimana para *followers*-nya bisa mengirimkan ceritanya di *direct message*.



Gambar 2. Akun Instagram “nkcthi”

Fenomena *insecure* dapat dilihat dalam media sosial. Di media sosial, pengguna dapat memposting teks, foto, dan video, meneruskan konten yang ditemukan di internet, dan berinteraksi dengan orang lain melalui komentar “suka”, dan obrolan. Media sosial memberikan kesempatan kepada pengguna untuk berekspresi dan melihat bagaimana orang lain menampilkan diri mereka dalam bermedia sosial. Hal ini meningkatkan kemungkinan pengguna remaja terlibat dalam perbandingan dan merasa selalu kurang dengan dirinya sendiri, serta keinginan untuk menjadikan diri sendiri sama atau lebih daripada orang lain (Chua & Chang, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Wase dengan judul “Pesan Dakwah Bergambar Melalui Instagram” pada tahun 2017, menyatakan bahwa pesan merupakan suatu hal yang penting dalam komunikasi, agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, maka pesan juga harus dikemas dengan baik pula. Salah satunya melalui gambar, gambar dalam komunikasi dapat memberikan pesan tersendiri. Kemudian suatu pesan atau teks yang disajikan disertai gambar akan lebih cepat dipahami dibandingkan teks tanpa gambar. Dengan begitu, pengemasan suatu pesan yang akan disampaikan dengan menggunakan gambar pasti akan lebih mudah diterima dan dipahami.

Sedangkan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Marika dan Mia di tahun 2016 dengan judul ‘*Strong is the new skinny*’: *A content analysis of #fitspiration images on instagram*, menyatakan bahwa setiap *image* yang diunggah ke instagram dan tergolong *fitspiration* memiliki *agreement* yang berbeda-beda di setiap kategorinya. Beberapa kategorinya adalah : makanan, *adiposity*, *muscularity*, *action*, dan masih banyak lagi. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan konten yang detail terhadap analisis gambar *fitspiration* yang diposting di instagram. Dengan hasil yang disajikan yaitu, gambar *fitspiration* memiliki potensi untuk memotivasi individu menuju gaya hidup yang lebih sehat dengan cara, memakan makanan yang sehat dan berolahraga. Maka, dari penelitian ini kita bisa melihat bahwa sebuah unggahan yang didampingi dengan gambar memiliki potensi untuk me motivasi individu.

Pesan yang terkandung dalam analisis isi merupakan pesan yang akan menafsirkan kontruksi simbolik dari makna sosial dan budaya serta penekanan dalam dokumen atau teks (Mazzoleni, 2015). Dokumen atau teks yang dimaksud merupakan semua konten tertulis, verbal, dan visual (Altheide & Schneider, 2013) Sebab itu, teori

dalam analisis yang akan digunakan adalah analisis wacana, dimana konstruksi simbolik dari makna sosial dapat dilihat dari teks yang disajikan.

Sebab itu, pada penelitian yang dilakukan oleh Agus Rohmawati dan Fatihatul Lailiyah pada tahun 2018 tentang “Analisis Isi Pesan Nilai Sosial Dalam Iklan Bukalapak.Com periode Bulan Januari 2017 – Bulan April 2018” menyatakan bahwa dalam iklan tersebut, terdapat nilai-nilai sosial yang bisa diimplementasikan ke dalam masyarakat, yakni dapat menyadarkan masyarakat untuk dapat berkepribadian lebih positif dan berkehidupan sosial agar berjalan secara serasi mengenai sikap nilai-nilai sosial. Dengan adanya iklan tersebut diharapkan masyarakat mampu menjadikan contoh pesan-pesan nilai sosial yang terkandung dalam iklan tersebut.

Penelitian ini penting untuk diteliti agar pembaca nantinya bisa memahami maksud dari teks yang disajikan bersamaan dengan ilustrasi. Dengan dapat memahami wacana atau maksud dari suatu teks, maka nantinya dapat meminimalisir adanya kesalahpahaman dari sudut para pembaca dan dari sudut penulis. Maka, nantinya akan terwujud komunikasi yang berhasil karena maksud sang penutur wacana dapat ditangkap dengan benar oleh penerima wacana.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana maksud dari teks motivasi yang disajikan oleh *creator* kepada pembacanya. Memahami bagaimana wacana yang dibangun sehingga dapat membentuk pesan motivasi, yang disalurkan melalui media Instagram dengan teks berilustrasi.

Hal ini menarik untuk diteliti karena, akun Instagram @nktchi merupakan salah satu akun dengan konten teks berilustrasi dan memiliki isi pesan yang menyampaikan tentang motivasi. Selain konten yang menarik, akun ini juga dapat berpengaruh terhadap pembaca dari setiap pesan yang diunggah, hal ini bisa dilihat dari komentar *followers* pada kolom komentar. Dengan begitu penelitian ini menarik karena kita bisa mengetahui pesan motivasi seperti apa yang disampaikan sehingga dapat membuat para pembaca lebih termotivasi.

Beberapa hal yang memperlihatkan bahwa penelitian ini akan berbeda dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya adalah objek dan subjek dari penelitian yang dilakukan. Jika penelitian terdahulu yang peneliti jadikan acuan meneliti mengenai *fitpiration* yaitu memberikan motivasi kepada orang untuk bergaya

hidup sehat, maka penelitian yang dilakukan peneliti adalah akun instagram @nkcthi yang memberikan motivasi supaya individu merasakan perasaan nyaman terhadap dirinya sendiri atau bisa dikatakan dengan memotivasi individu agar tidak merasa *insecure*.

Remaja biasanya termasuk dalam rentan umur yang bisa disebut rawan dalam terkena *insecure*, merasa tertekan, dan butuh motivasi. Umur remaja menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) adalah 10-24 tahun. Salah satu contohnya ada dalam penelitian yang dilakukan oleh Trudy Hui Hui Chua dan Leanne Chang tahun 2016 dengan judul “*Follow Me and Like My Beautiful selfies: Singapore Teenager Engagement in Self-Presentation and Peer Comparasion on Social Media*” menyatakan bahwa remaja berusia 12-16 tahun sering mengevaluasi diri sendiri dan membandingkan dengan orang lain yang serupa, seperti orang-orang kelompok sebaya. Saat terlibat dengan perbandingan, anak berusia remaja tidak hanya berusaha mengevaluasi diri sendiri tapi juga dapat mengalami tekanan. Salah satu penggerak untuk dapat mencapai keinginan supaya dapat sama baiknya dengan orang lain yang dijadikan bandingan yaitu dengan memotivasi diri sendiri untuk maju ke titik dimana mereka bisa sedikit melebihi teman yang dijadikan pembanding tadi. Dari contoh tersebut, dapat dilihat bahwa anak berusia remaja mudah untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain dan merasa tertekan dengan adanya perbandingan tersebut. Karena adanya perbandingan maka akan timbul rasa *insecure* atau rasa tidak aman pada diri sendiri.

Penelitian ini memfokuskan pada setiap *posting*-an dari akun instagram @nkcthi dalam bentuk *feeds* atau unggahan foto. Selama yang di *post* berupa teks dengan ilustrasi, maka akan dijadikan bahan dalam penelitian. Dengan batasan lama periode sekitar bulan Januari 2020 – Juni 2020. Dari periode tersebut peneliti ingin melihat bagaimana isi dari akun @nkcthi, bagaimana kekonsistenan konten yang ada didalamnya. Karena dalam periode tersebut, telah terjadi banyak kejadian besar salah satunya COVID-19. Peneliti ingin melihat bagaimana isi pesan teks berilustrasi yang ada didalamnya, apakah masih sama dengan sebelum terjadi pandemi atau tidak. Sehingga batasan dalam penelitian ini adalah isi dan konten dari akun instagram @nkcthi yang berisi teks serta ilustrasi periode Januari 2020 – Juni 2020.

Menganalisis sebuah isi dari suatu akun, membuat peneliti mengambil acuan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdul Wase dengan judul “Pesan Dakwah Bergambar Melalui Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Bergambar di Akun Instagram teladan.rosul.)” Dengan hasil berupa unggahan dalam akun teladan.rosul yang berisi penjelasan deskripsi setiap pesan dakwah serta respon dari para *followers*-nya. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat dalam objek penelitian. Selain itu, penelitian ini tidak melihat pada respon dari *followers* akun nktchi melainkan fokus terhadap wacana yang terdapat dari setiap teks yang diunggah.

Dengan adanya penelitian terdahulu, peneliti bisa dapat membandingkan bagaimana konteks dan isi dari akun yang akan diteliti, apakah benar dapat berdampak secara langsung ataupun tidak langsung terhadap pembacanya, atau tidak. Dengan penelitian terdahulu ini, peneliti juga dapat lebih mengetahui bagaimana langkah-langkah yang akan diambil nantinya ketika menjalankan penelitian.

Dari penelitian ini, diharapkan peneliti maupun pembaca mendapatkan beberapa manfaat, seperti manfaat teoritis : (1) Sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini; (2) Memberikan informasi tentang media sosial Instagram yang tidak hanya dapat dijadikan media hiburan tapi juga bisa dijadikan media dalam memotivasi. (3) Memberikan informasi mengenai makna dari suatu pesan yang disajikan menggunakan ilustrasi. Serta manfaat praktis bagi penulis yaitu menambah pengalaman penulis untuk meningkatkan kreativitas dalam menulis karya ilmiah dan manfaat bagi pembaca berupa menambah wawasan pembaca tentang bagaimana media sosial juga dapat mempengaruhi dengan apa yang kita rasakan dan nantinya juga dapat berimbas pada dunia nyata.

Setelah menentukan topik penelitian hingga deskripsi permasalahan diatas, maka peneliti memiliki beberapa rumusan masalah yang dapat dikaji dalam penelitian ini, yaitu: Apa saja bentuk isi dari pesan motivasi yang disajikan oleh akun @nkcthi serta bagaimana suatu teks dapat membentuk pesan motivasi?

Adapun penelitian ini dibuat, tidak lain memiliki beberapa tujuan yang ingin disampaikan. Berdasarkan dengan rumusan masalah diatas, berikut adalah tujuan dari penelitian ini: Mengetahui apa saja isi dari pesan motivasi yang disajikan oleh akun

@nkcthi dan mengetahui wacana dan maksud dari teks berilustrasi dalam menyampaikan pesan

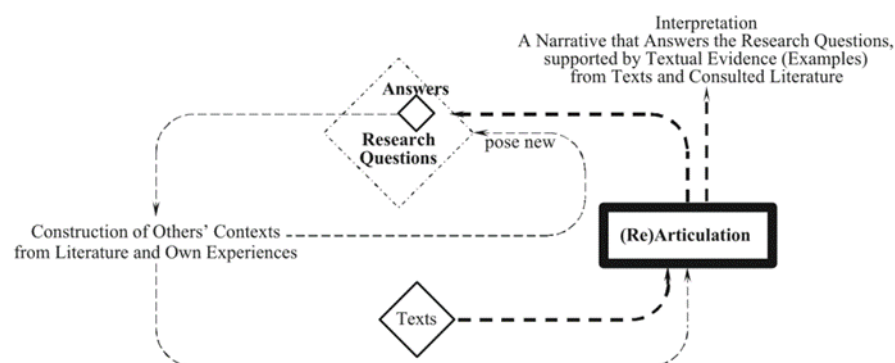
1.2 Telaah Pustaka

1.2.1 Analisis Isi Pesan Motivasi

Analisis isi kualitatif mendukung interpretasi dengan merangkai kutipan dari teks dan literatur yang dianalisis, dapat berupa inti dari teks ke dalam kesimpulan, dengan membangun paralelisme dan terlibat dalam triangulasi serta dengan menguraikan metafora yang dapat diidentifikasi (Krippendorff, 2018). Sehingga hasil dari analisis isi akan cenderung membuat pembaca tertarik dengan teks yang dianalisis.

Analisis isi dapat memeriksa bahan-bahan atau komponen teks yang peneliti butuhkan untuk dianalisis dan menjadikan teks tersebut menjadi suatu hasil. Menurut Krippendorff, analisis isi memiliki komponen, dimana setiap komponen memiliki status deskriptif dan oprasionalnya masing-masing. Berikut komponen dalam analisis isi menurut Krippendorff (2018) : (1) *Unitizing*; (2) *sampling*; (3) *recoding/coding*; (4) *reducing data*; (5) *abductively inferring contextual phenomena*; dan (6) *narrating* untuk menjawab pertanyaan dari penelitian.

Krippendorff juga menyajikan bagan dalam analisis isi kualitatif :



Gambar 3. Qualitative content analysis (Krippendorff, 2018)

Bagan diatas menjelaskan bahwa teks yang akan peneliti analisis akan di artikulasi yang kemudian teks tersebut dapat memberikan jawaban atas pertanyaan dari penelitian dan nantinya jawaban tersebut akan di konstruktasikan dengan konteks yang lain. Bisa dari literatur atau dari pengalaman kita pribadi.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis salah satu media sosial yaitu instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang cukup banyak digemari oleh masyarakat. Instagram memiliki banyak fitur dengan salah satu fitur andalannya adalah untuk mengunggah dan berbagi foto atau video. Instagram pertama kali diluncurkan pada tahun 2010 oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom. Dalam penelitian ini, unit analisis yang akan dikaji adalah unggahan dari akun instagram @nktchi yang mengandung teks disertai gambar ilustrasi.

Media visual menurut (Mitchell, 2005) dalam *There Are No Visual Media. Journal of Visual Culture* adalah ekspresi sehari-hari yang digunakan untuk menunjukkan hal-hal seperti itu seperti televisi, film, fotografi dan lukisan. Namun, pada pemeriksaan lebih dekat, semua yang disebut media visual ternyata juga melibatkan indra lain (terutama sentuhan dan pendengaran).

Media visual memiliki beberapa jenis, salah satunya Media yang tidak diproyeksikan yaitu media grafis. Media grafis tergolong media visual yang menyalurkan pesan melalui simbol-simbol visual. Gambar atau foto merupakan salah satu dari media grafis. Dengan begitu, Instagram merupakan salah satu dari media visual dimana fitur yang disajikan adalah membagikan foto atau gambar yang berarti, instagram adalah media visual dengan jenis media grafis.

Media visual dianggap efektif dalam memberikan dampak kepada audiensnya, begitu pula dengan Instagram dan Akun instagram @nkcthi. Pesan yang disampaikan dalam akun @nkcthi yang berisi teks dan ilustrasi merupakan bentuk dari visual yang disajikan dengan tujuan supaya audiens yang membaca lebih mudah menangkap apa yang *creator* maksud. Instagram merupakan media visual dalam bentuk grafis dengan jenis foto/gambar. Media visual grafis tergolong media visual yang menyalurkan pesan melalui simbol-simbol visual (Arief & R. Raharjo, 2008). Instagram merupakan salah satu platform yang memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk mengunggah gambar atau foto, bahkan instagram memang jejaring sosial yang memiliki “spesialis” dalam hal gambar, foto, ataupun video. Sebab itu, instagram merupakan media visual dalam bentuk grafis.

Selain menjadi media visual, Instagram juga menampilkan pesan visual didalamnya. Pesan visual termasuk dari pesan verbal. Dimana pesan verbal

merupakan pesan berupa teks atau kata-kata serta gambar, yang tujuannya adalah sebagai media pendukung yang memperjelas pesan visual. Pesan visual ini bisa lebih efektif dalam menyampaikan pesan komunikasi kepada target audiens agar tujuan dari pesan dapat tercapai. (Elisabeth et al., 2018)

Dapat dilihat dari pembahasan diatas, bahwa penelitian ini akan berisi tentang bagaimana bentuk dari isi pesan motivasi di akun @nkcthi yang kemudian yang dilengkapi dengan ilustrasi.

Motivasi berasal dari bahasa Latin *movore*, yang berarti gerak atau dorongan untuk bergerak (Prawira, 2014) Sedangkan pengertian motivasi dalam bahasa Indonesia berarti daya upaya yang mendorong seseorang melakukan sesuatu (Sudirman, 2018) Adapun pengertian Motivasi menurut Dimiyati dan Mudjiono adalah, di dalam motivasi terkandung adanya keinginan mengaktifkan, menggerakkan, menyalurkan dan mengarahkan sikap dan perilaku individu belajar. Dari beberapa pengertian motivasi yang disebutkan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa, ketika kita merasa terdorong untuk melakukan sesuatu, berarti kita sudah termotivasi.

Menurut (Hastuti, 2016) motivasi memiliki fungsi seperti berikut : (1) Mendorong timbulnya kelakuan atau suatu perbuatan. (2) Motivasi berfungsi sebagai pengarah, artinya mengarahkan perbuatan pencapaian tujuan yang diinginkan. (3) Motivasi berfungsi sebagai penggerak, artinya motivasi akan berfungsi sebagai penentu cepat lambanya suatu pekerjaan. (4) Motivasi berfungsi sebagai penolong untuk berbuat mencapai tujuan. (5) Penentu arah perbuatan manusia, yakni kearah yang akan dicapai. (6) Penyeleksi perbuatan, sehingga perbuatan manusia senantiasa selektif dan tetap terarah kepada tujuan yang ingin dicapai.

Teori motivasi yang diungkapkan oleh Mc Clelland dalam Teori-Teori Motivasi oleh Widayat Prihartanta (2015) menyatakan bahwa ada tiga hal penting yang menjadi kebutuhan manusia, yaitu: (1) *Need for achievement* (kebutuhan akan prestasi), (2) *Need for affiliation* (kebutuhan akan hubungan sosial), dan (3) *Need for Power* (dorongan untuk mengatur).

Fungsi dari motivasi dalam *real condition* dengan motivasi melalui media visual memang sama. Namun, menurut Muhibudin (2011) motivasi dalam media visual atau internet memiliki kelebihan-kelebihannya sendiri,

yaitu: (1) sifat yang *never turn-off* (tidak pernah dimatikan) dan *unlimited access* (dapat diakses tanpa batas), (2) internet merupakan tempat yang tepat untuk berdiskusi dan bila dibawa pada forum yang biasa akan mengurangi keterbukaannya, (3) internet hadir sebagai kawan diskusi sekaligus pembimbing setia.

Teks motivasi yang diunggah dalam akun @nktchi, memperlihatkan interaksi simbolik didalam pesan visual yang disajikan. Interaksi simbolik menjadikan makna muncul sebagai hasil dari interaksi di antara manusia, baik secara verbal maupun nonverbal. Dengan begitu respons yang terjadi, dapat memberikan makna ke dalam kata-kata atau tindakan, dan karenanya pembaca dapat memahami suatu peristiwa dengan cara-cara tertentu (Sakti & Yulianto, 2018)

Konsep motivasi dalam penelitian ini dijadikan indikator untuk mengetahui bagaimana sebuah teks diwacanakan dan nantinya dapat membentuk pesan motivasi. Ditambah dengan ilustrasi yang memperkuat dan memperjelas setiap teks motivasi.

Pesan secara umum dapat diartikan dengan representasi gagasan komunikator yang dipertukarkan dalam wujud tanda-tanda tertentu (utamanya yang bersifat fisik), yang isinya mengandung maksud tertentu. Pesan biasanya dengan sengaja disalurkan oleh komunikator kepada komunikan untuk mendapatkan hasil tertentu, yang biasanya telah ditetapkan (Purwasito, 2017)

Diambil dari kedua pengertian diatas mengenai motivasi dan pesan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pesan motivasi merupakan suatu nasihat atau gagasan dari komunikator yang ditujukan kepada komunikan yang isinya mengandung maksud tertentu yaitu dengan maksud untuk menggerakkan dan mendorong komunikan untuk melakukan sesuatu.

Akun instagram @nkcthi memiliki konten yang sebagian besar berisi dengan pesan motivasi, yang berarti *creator* dari akun @nkcthi selaku komunikator, dapat mengunggah suatu postingan yang bertujuan untuk menggerakkan dan mendorong para *followers* atau siapapun pengguna instagram yang membaca unggahannya untuk bertindak melakukan sesuatu. Unggahan dan konten yang disajikan dalam akun ini berisi hasil karya pemilik akun

@nkcthi dengan *watermark* “MC” sebagai singkatan dari nama pemilik akun, yaitu Marchella. Dalam akun @nkcthi ini, seluruh teks yang disajikan merupakan tulisan dari Marchella selaku *owner* dari akun Instagram @nkcthi itu sendiri. Sedangkan bentuk wacana yang akan dikaji dalam penelitian ini berupa teks yang dilengkapi dengan gambar.

1.2.2 Remaja dan Instagram

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial berbagi foto yang sedang naik daun terutama dikalangan remaja. Banyak dari remaja yang kini menggunakan instagram entah hanya untuk berbagi momen kepada *followers* atau menjadikan instagram sebagai sebuah pelarian dari di dunia nyata.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lee, Eunji; Lee, Jung-Ah; Moon, Jang Ho; Sung, Yongjun tahun 2015 dengan judul penelitian ‘*Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*’ menemukan bahwa dalam survey sampel sebanyak 212 pengguna instagram memiliki lima motif sosial dan psikologis utama dalam menggunakan instagram yaitu: (1) interaksi sosial, (2) pengarsipan (3) ekspresi diri (4) pelarian, dan (5) mengintip atau *peeking*.

Berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan dalam penelitian kali ini, dalam hasil yang disebutkan di dalam ‘*Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*’ menyatakan bahwa instagram menjadi media untung menghilangkan kesepian karena sering kali bertemu orang lain dan menjadi media untuk mendapatkan dukungan sosial terutama di kalangan muda. Dalam penelitian tersebut juga mengatakan bahwa foto jauh lebih baik daripada teks untuk ekspresi diri dan me-manajemen kesan. Sedangkan pelarian yang dimaksud adalah, beberapa remaja yang menggunakan instagram termotivasi untuk mengejar relaksasi, menghindari masalah yang sedang mereka hadapi dalam kenyataan, dan mencari-cari foto yang sekiranya dapat mereka merasa jauh lebih baik.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kualitatif. Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa

yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik (utuh) dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Barlian, 2016) Kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2010)

Tipe kualitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, Penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (Sugiyono, 2017) dimana peneliti akan menganalisis dan mengkonstruksi objek atau konten yang dijadikan bahan penelitian.

Sedangkan metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode analisis isi dengan teori analisis wacana. Analisis wacana menurut Eriyanto yang dikutip dalam buku Kriyantono (2010) mendefinisikan analisis wacana sebagai praktik sosial (mengkonstruksi realitas) yang menyebabkan sebuah hubungan dialektis antara peristiwa yang diwacanakan dengan konteks sosial, budaya, dan ideologi tertentu.

Analisis wacana dalam penelitian ini, masuk kedalam analisis wacana paradigmatis. Dimana analisis wacana paradigmatis dapat menganalisis wacana dengan memperlihatkan tanda (*signs*) dalam sebuah wacana untuk menemukan makna keseluruhan (Hamad, 2007) Sedangkan ragam metode analisis wacana pada penelitian ini adalah semiotika strukturalis. Menurut Hamad (2007) semiotika strukturalis dalam analisis wacana, dapat menemukan tanda-tanda dalam suatu naskah dan menafsirkannya hingga menemukan “benang merah” dari “naskah” tersebut.

Analisis wacana dalam penelitian ini juga termasuk dalam analisis wacana yang dilakukan oleh pendekatan Norman Fairclough. Dimana dalam pendekatan Fairclough, dikatakan terdapat tiga proses yaitu : (1) tujuan analisis; (2) proses dengan cara yang objeknya dihasilkan dan diterima (menulis/berbicara/merancang dan membaca/mendengarkan/menonton) oleh subyek manusia; (3) kondisi sosio-historis. Untuk tujuan analisis, dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui wacana yang dibangun dalam teks sehingga menghasilkan pesan motivasi dan apa maksud dari pesan motivasi tersebut, kemudian wacana disini merupakan wacana tertulis, dengan tujuan agar pembaca atau komunikannya dapat menerima dorongan untuk melakukan sesuatu kehal yang positif sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Penelitian ini menggunakan teori analisis wacana karena objek yang akan diteliti adalah sebuah teks dengan ilustrasi dari pesan visual yang nantinya akan dicari

inti dari teks disetiap *posting*-an nya supaya mendapat kan kesimpulan dan maksud dari unggahan yang terdapat didalam akun intstagram @nkcthi.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti adalah observasi, metode dokumentasi dan teknik analisis data. Observasi yang dilakukan adalah dengan cara mengamati setiap *post* dalam akun @nkcthi dengan periode yang telah ditentukan. Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung, tanpa mediator, sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan oleh objek tersebut (Kriyantono, 2010) Observasi juga bisa dikatakan sebagai aktivitas mencatat suatu gejala atau peristiwa dengan bantuan alat atau instrument untuk merekam atau mencatatnya guna tujuan ilmiah atau tujuan lainnya (Morris, 1973).

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah, peneliti mengamati secara langsung setiap unggahan dalam akun @nkcthi dengan periode yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu pada Januari 2020 – Juni 2020 kemudian mengamati serta mencatat hal-hal berkaitan dengan teks yang dipaparkan beserta ilustrasinya yang berhubungan dengan penelitian.

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, agenda, dan lain-lain (Perdana, 2020). Dokumen dalam penelitian ini berupa gambar atau unggahan dalam akun @nktchi yang merupakan penunjang dari observasi yang dilakukan. Dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis. Sedangkan wawancara pada *user* tidak perlu dilakukan, karena dalam penelitian yang akan dilakukan, hanya membahas mengenai konten yang diunggah dalam akun instagram @nkcthi.

Teknik analisis isi data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan mengamati, memilih, dan membedah isi konten dari akun @nkcthi yang seusai dengan kategorisasi yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu unggahan yang berupa teks disertai ilustrasi.

Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah teks berilustrasi dari akun @nkcthi dimana teks dari unggahan tersebut nantinya akan dipastikan mengandung pesan motivasi yang disampaikan secara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini memiliki data primer dan sekunder. Dengan data primer berupa akun instagram @nkcthi dan data sekunder berupa buku Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini yang diterbitkan tahun 2018 sebagai pendukung dari data primer dari akun @nkcthi.

Penelitian ini merupakan penelitian deduktif. Deduktif itu sendiri adalah sebuah proses penalaran untuk menarik kesimpulan berupa prinsip atau sikap yang berlaku khusus berdasarkan atas fakta – fakta yang bersifat umum. Dengan cara deduktif ini, peneliti mencari dan juga mempersiapkan teori yang akan digunakan dalam penelitian. Untuk teori yang digunakan peneliti, adalah teori Analisis Wacana

Intepretasi data merupakan suatu tahap yang dilakukan terakhir dalam analisis data, intepretasi merupakan kegiatan untuk penggabungan terhadap sebuah hasil dari analisis. Jadi dalam tahap ini, peneliti akan menggabungkan data-data yang sudah didapat dari hasil observasi yang telah dilakukan dengan dokumentasi yang diambil dari akun @nkcthi serta analisis data dari setiap unggahan dari akun tersebut.

Keabsahan data juga dapat dicek dengan menggunakan analisis triangulasi yakni menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lain) yang tersedia (Kriyantono, 2010). Pada penelitian ini, untuk menguji keabsahan datanya, peneliti akan memaparkan setiap analisis yang sudah didapat dari memahami dan membedah setiap unggahan yang berupa teks dan ilustrasi dalam akun @nkcthi yang dianggap sebagai pesan motivasi, dengan didukung oleh penjelasan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Hasil analisis yang didapatkan peneliti setelah melakukan observasi terhadap akun Instagram @nkcthi pada periode Januari 2020-Juni 2020 yaitu terdapat 178 unggahan dengan 5 *post* yang masuk kedalam kriteria berupa pesan visual dengan teks motivasi berilustrasi. Sebuah teks dapat dikatakan masuk kedalam pesan teks motivasi ketika pesan tersebut merupakan pesan yang *peer-to-peer*. Pesan teks *peer-to-peer* yang dimaksud adalah pesan yang dapat mendorong pembaca untuk merubah gaya pandang atau perilakunya (de Vries et al., 2016).

Pesan yang ingin disampaikan dalam penelitian ini adalah pesan yang mengandung motivasi. Pesan motivasi dalam kesimpulan yang telah dirangkum peneliti dari pengertian motivasi dan pesan adalah suatu nasihat atau gagasan dari komunikator yang ditujukan kepada komunikan yang isinya mengandung maksud tertentu yaitu dengan maksud untuk menggerakkan dan mendorong komunikan untuk melakukan sesuatu.

Terdapat tujuh jenis motivasi menurut Tatik Wardayanti (2016) yaitu motivasi prestasi, motivasi peningkatan diri, motivasi ekstrinsik, motivasi takut, motivasi

investasi, motivasi sosial, dan motivasi sikap. Sedangkan dalam penelitian ini, terdapat 5 *post* yang masuk kedalam kategori teks berilustrasi periode Januari 2020-Juni 2020 yang diantara 5 *post* itu akan dikategorikan menurut tujuh jenis motivasi.

Unggahan pertama yang masuk dalam kategori teks berilustrasi ada pada 3 Januari tahun 2020 dengan teks “Kalau nanti ambisi jadi nomer satu, semoga bukan karena nyaman lihat yang lain dari atas. Tapi... Karena mau ajak yang lain ke atas.” Unggahan kedua pada tanggal 11 Januari 2020 tertulis “Kita buat yang lebih besar dari ekspektasi, ragu dan semua ketakutanmu.” Unggahan ketiga pada unggahan 4 April 2020 adalah “Nanti saat waktunya tiba dan semua sudah reda, kita bangkit lagi dan kejar semua mimpi yang tertunda.” Unggahan ke empat tanggal 12 Mei 2020 bertuliskan “Tahan, tenang, nanti senang datang” dan unggahan kelima tanggal 19 Juni 2020 “Silahkan patahkan jalannya... menuju sana tidak Cuma satu caranya.”

Jika dikategorisasikan menurut tujuh jenis motivasi dalam tabel periodik, maka dihasilkan :

Tanggal	Motivasi Prestasi	Motivasi Peningkatan Diri	Motivasi Ekstrinsik	Motivasi takut	Motivasi Investasi	Motivasi Sosial	Motivasi Sikap
Pesan Motivasi							
3 Januari 2020	“Kalau nanti ambisi jadi nomer satu, semoga bukan karena nyaman lihat yang lain dari atas... tapi karena mau ajak						

	yang lain ke atas”						
11 Januari 2020				“Kita buat yang lebih besar dari ekspektasi, ragu, dan semua ketakutanmu”			
4 April 2020					“Nanti saat waktunya tiba dan semua sudah reda, kita bangkit lagi dan kejar semua mimpi yan tertunda”		
12 Mei 2020			“Tahan, tenang, nanti senang datang”				
19 Juni 2020	“Silahkan patahkan jalannya... menuju kesana						

	tidak Cuma satu caranya”						
--	--------------------------------	--	--	--	--	--	--

Tabel 1. Mcam-macam motivasi

Motivasi Prestasi adalah motivasi yang fokus kepada pencapaian tujuan. Sebab itu, unggahan pada tanggal 3 Januari 2020 dan unggahan pada 19 Juni 2020, masuk kedalam motivasi prestasi. Sedangkan motivasi ekstrinsik merupakan bentuk motivasi yang dapat memanifestasikan diri termasuk kedalam hal positif atau negatif unggahan pada tanggal 12 Mei 2020 masuk kedalam jenis motivasi ini. Motivasi takut merupakan motivasi yang berasal dari rasa takut, justru dapat membuat kita menjadi lebih baik, sehingga unggahan pada tanggal 11 Januari 2020 masuk kedalam jenis motivasi takut. Yang terakhir adalah motivasi investasi, motivasi investasi merupakan motivasi yang penting untuk menginvestasikan diri secara fisik, emosional, dan finansial dalam suatu tugas. Semakin diinvestasikan dalam suatu tugas, semakin besar kemungkinan ia akan mampu melakukan pekerjaan dengan baik dan lengkap. Sebab itu, unggahan tanggal 4 April 2020 masuk kedalam jenis ini.

3.2. Pembahasan

Dari ke-lima unggahan terdapat lima ilustrasi dan lima teks yang dapat menggambarkan pesan yang ingin disampaikan *creator* kepada pembacanya. Ilustrasi yang digambarkan akan menyesuaikan dengan teks yang ditulis dalam pesan visual di setiap unggahan. Sedangkan teks yang dibangun memiliki tanda, baik dalam bentuk indeksial ataupun simbol-simbol sehingga dapat ditarik “benang merah” dari pesan yang ingin disampaikan. Teks yang disajikan dalam setiap unggahan juga memiliki ideologi yang bersifat sosial yang dapat diterapkan secara individual. Dengan begitu wacana yang dibangun terbentuk dari teks dengan sifat sosial disetiap unggahannya.

Komentar dari setiap unggahan ada yang mengandung komentar positif, dimana para pembaca bisa langsung memahami pesan dan dapat merasakan adanya dorongan dari pesan motivasi yang diunggah. Seperti komentar pada unggahan tanggal 11 Januari 2020 yang ditulis oleh pengguna lululutfi : *"lebih percaya dirilah, berani untuk mencoba hal baru, jalani apa yang kamu inginkan."* Pengguna dengan *username* windhaktereindika : *"yok bisa yok"* pada unggahan 4 April 2020, dan unggahan 19 Juni 2020 dengan komentar *"Semangaaaat"* yang ditulis oleh pengguna dengan *username* sabdakacang. Namun, ada juga komentar yang seakan-akan para pembaca bingung dengan maksud dari unggahan di akun @nktchi seperti komentar yang

dituliskan oleh pengguna Bernama *dermartifauzi* : “*ngomong apasih*” pada unggahan tanggal 3 Januari 2020. Sebab itu, penelitian ini ditujukan agar pesan yang ingin disampaikan oleh komentator dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh komunikan sehingga tidak adanya kesalahpahaman dalam mengartikan suatu pesan.

Menganalisis wacana pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan pragmatik. Dimana pragmatik itu sendiri merupakan sebuah tuturan yang dapat digunakan untuk menyampaikan beberapa maksud dan sebaliknya, satu maksud dapat disampaikan dengan beraneka ragam. Hal ini dipengaruhi oleh konteks yang melingkupi tuturan itu (Wijana & Rohmadi, 2010) Dengan begitu, peneliti akan menyampaikan maksud dari wacana pada teks pesan motivasi dalam akun Instagram @nktchi.

Ke-lima unggahan pada akun Instagram @nktchi memiliki struktur wacana yang tidak lengkap dimana struktur wacana tidak memiliki pembuka dan penutup melainkan hanya isi dari teks saja. Sedangkan bahasa yang digunakan merupakan bahasa yang baku dan memiliki teks yang diungkapkan secara implisit dan ringkas.

Unggahan pertama pada 3 Januari 2020. Dengan teks “*Kalau nanti ambisi jadi nomer satu, semoga bukan karena nyaman lihat yang lain dari atas. Tapi... karena mau ajak yang lain ke atas.*” Wacana dalam teks ini termasuk teks yang kohesif dimana terdapat pengulangan kata “*yang lain*” dalam kalimat pertama dan kalimat kedua. Pengulangan kata ini disebut kohesi leksial riterasi atau pengulangan. Teks ini juga merupakan wacana yang koherensi karena disetiap kalimatnya memiliki kesinambungan.

Dalam teks pada tanggal 3 Januari 2020, terdapat tanda dalam bentuk indeksial bahwa *creator* ingin mengajak para pembaca agar tidak hanya mementingkan diri sendiri ketika mau mencapai keinginannya. Hal ini terlihat dalam kalimat pertama “*kalau nanti ambisi jadi nomer satu, semoga bukan karena nyaman lihat yang lain dari atas*” kata “*ambisi*” itu sendiri Menurut Tatenhove yang dikutip dalam Dado (2020) menyatakan bahwa ambisi adalah energi, diekspresikan dalam perilaku aktif menuju suatu tujuan atau aspirasi. Dengan arti secara umum yaitu keinginan kuat untuk mencapai sesuatu. Dari pengertian “*ambisi*” penutur wacana atau *creator* ingin memotivasi pembaca supaya semangat dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. *Self respect* juga dibangun oleh penutur dalam wacana ini yaitu penghormatan untuk memperoleh prestasi. Sedangkan dalam kalimat kedua *creator* juga membentuk wacana ketika keinginan kita sudah tercapai akan lebih baik jika kita juga mengajak

yang lain untuk sukses bersama dalam teks *“semoga bukan nyaman lihat yang lain dari atas. Tapi karena mau ajak yang lain ke atas”* arti kata *“atas”* itu sendiri adalah sesuatu yang lebih tinggi. Tinggi bisa diartikan juga dalam perihal jabatan atau pencapaian.

Pada dasarnya usia remaja, merupakan usia dimana seseorang ingin mencapai cita-citanya. Teks motivasi ini memiliki wacana untuk membangkitkan motivasi dengan tujuan agar remaja dapat meraih cita-cita yang diinginkan dan membantu yang lain untuk menggapai cita-cita yang belum tercapai. Sehingga inti dari unggahan pada tanggal 3 Januari 2020 yaitu, ketika kita sudah diatas dan sukses, akan lebih baik jika kita juga mengajak dan mebantu yang lain untuk sukses bersama. Hal ini juga ditegaskan dalam ilustrasi *“tangga”* yang menggambarkan langkah menuju kesuksesan, bagaimana mencapai tujuan atau pencapaian target dan peningkatan motivasi (Imghani, 2019)

Unggahan kedua pada tanggal 11 Januari 2020 bertuliskan *“Kita buat yang lebih besar dari ekspektasi, ragu dan semua ketakutanmu.”* Sedangkan *“ekspetasi”* adalah sebuah kesenangan yang tidak konstan, yang muncul dari gagasan mengenai sesuatu di masa depan atau masa lalu tentang masalah yang kadang kita khawatirkan (ketika kita mendeteksi kemungkinan kesenangan dalam sebuah situasi tidak tentu yang berlawanan, maka kita merasakan harapan) (Boeroe, 2005). Dalam unggahan ini, *creator* mencoba menyampaikan wacana kepada pembacanya, untuk membuat sesuatu *“yang lebih besar dari ekspetasi...”* dengan maksud untuk memotivasi pembaca supaya dapat melawan dan mengalahkan semua rasa takut, masalah, dan harapan-harapan yang belum tentu terjadi.

Pada unggahan ini, *creator* juga menyisipkan *self respect* dimana nantinya pembaca mampu memperoleh kepercayaan diri. *Creator* juga bermaksud agar pembaca bisa mengalahkan kecemasan tetang hal-hal yang belum pasti. Usia remaja merupakan usia yang mudah khawatir, takut, terutama mengenai masa depan. Penelitian yang diambil oleh Cecil R. Reynolds dan Kathleen D. Paget dalam artikel *National Normative and Reliability Data for the Revised Children’s Manifest Anxiety Scale*. Menyatakan bahwa remaja usia 6-19 tahun mulai mengalami kecemasan. Teks pada unggahan ini ingin dibangun agar pembaca terutama usia remaja menjadi semangat dalam melawan kecemasan.

Unggahan ketiga pada tanggal 4 April 2020 dengan teks motivasi *“Nanti saat waktunya tiba dan semua sudah reda, kita bangkit lagi dan kejar semua mimpi yang*

tertunda.” Wacana pada teks ini memiliki kohesi konjungsi dengan piranti urutan waktu yaitu kata “*nanti*” dan “*waktunya*.” Pesan visual ini merupakan unggahan pertama yang masuk kategori dalam penelitian ini setelah munculnya pandemi Covid-19 di Indonesia.

Setelah munculnya pandemi Covid-19, banyak sekali dampak yang terjadi di masyarakat, kebiasaan yang berubah, dan rencana-rencana yang sudah disusun tapi batal begitu saja. Dilansir dari kompas.com kegiatan-kegiatan seperti bersekolah, bekerja di kantor, pabrik, menonton film di bioskop, dan menghadiri konser musik sangat dibatasi (Rizal, 2020b) Selain itu, dikarenakan pandemi ini, terdapat 1.010.579 orang pekerja yang di PHK per 11 Agustus 2020 (Rizal, 2020a). Sebab itu, wacana dalam kutipan teks pada kalimat pertama “*semua sudah reda*” dimaksud dengan pandemi Covid-19 yang sudah berkurang dan pada kalimat kedua dengan teks “*kita bangkit lagi dan kejar semua mimpi yang tertunda*” teks tersebut memiliki maksud agar pembaca tetap semangat untuk menggapai apa yang belum terealisasi selama pandemi.

Pesan visual ini diunggah ketika seluruh kegiatan pembelajaran disekolah di daring-kan. Hal ini membuat beberapa pembelajaran menjadi tidak efektif. Sehingga, kepada remaja *creator* ingin menyampaikan bahwa ada saatnya kita bisa bangkit dengan apa yang sudah tertinggal karena pandemi Covid-19 ini.

Unggahan keempat pada tanggal 12 Mei 2020. Teks yang ingin dibangun oleh *creator* dalam unggahan ini, dimaksud untuk menyampaikan motivasi agar kita jangan tergesa-gesa dan tetap bersabar menunggu hal baik, karena semua pasti akan datang tepat pada waktunya. Tertulis dalam teks dengan wacana “*Tahan, Tenang, Nanti senang datang.*”

Dalam teks wacana pada tanggal 12 Mei 2020, jika ditujukan kepada usia remaja maka akan sangat *relate*. Dimana usia remaja merupakan usia yang cenderung terburu-buru dan ingin semuanya cepat. Maka kata “*Tahan, Tenang*” merupakan kata indeksial dengan maksud “sabar” karena hal baik pasti akan datang.

Unggahan kelima pada tanggal 19 Juni 2020 bertuliskan teks motivasi “*Silahkan patahkan jalannya... menuju sana tidak Cuma satu caranya.*” Secara keseluruhan wacana yang dapat ditangkap adalah, untuk mencapai suatu yang kita inginkan, tidak hanya satu caranya, tapi ada banyak cara untuk menggapai tujuan yang kita inginkan. Kata “*jalan*” diibaratkan sebagai perantara kita untuk mencapai tujuan yang kita inginkan. *Creator* ingin menyampaikan motivasi kepada pembaca, jika cara

pertama yang kita lakukan untuk menggapai apa yang kita inginkan belum berhasil, kita bisa ambil cara lainnya untuk menggapai tujuan itu.

Banyak hal, tujuan, ataupun pencapaian yang ingin diraih oleh setiap manusia, terutama pada usia remaja. Namun tidak sedikit anak berusia remaja yang mudah menyerah ketika satu tujuan tidak tercapai. Sebab itu, teks motivasi ini dibuat agar tidak mudah menyerah dalam menggapai tujuan, karena ada banyak cara untuk mendapatkan cita-cita yang kita inginkan.

4. PENUTUP

Secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @nktchi memiliki empat macam jenis bentuk motivasi dari periode Januari 2020-Juni 2020 dengan jenis Motivasi Prestasi, Motivasi Ekstinsik, Motivasi Takut, dan Motivasi Investasi. Terdapat 2 unggahan yang masuk kedalam Motivasi Prestasi, yaitu unggahan pada tanggal 3 Januari 2020 dan unggahan tanggal 19 Juni 2020. Untuk Motivasi Ekstinsik, terdapat satu unggahan yaitu unggahan tanggal 12 Mei 2020. Unggahan 11 Januari 2020 masuk kedalam Motivasi Takut, dan unggahan tanggal 4 April 2020 masuk kedalam Motivasi Investasi.

Wacana yang dibangun pada setiap unggahan berhasil menampilkan teks motivasi. Terdapat beberapa kata dari setiap unggahan yang dapat memunculkan wacana disetiap teks dan nantinya dapat diartikan sebagai teks motivasi. Ke-lima teks motivasi memiliki struktur wacana tidak lengkap karena tidak memiliki pembuka dan penutup melainkan hanya isi dari teks saja. Bahasa yang digunakan merupakan bahasa yang baku dan memiliki teks yang disampaikan secara implisit dan ringkas.

Wacana yang dibangun oleh setiap unggahan berbeda-beda tergantung dari teks yang disajikan. Unggahan 3 Januari membentuk wacana lewat kata "*ambisi*" kemudian unggahan tanggal 11 Januari membentuk wacana lewat kata "*ekspetasi*" dan kedua unggahan tersebut sama-sama menampilkan *self respect*. Unggahan tanggal 4 April membentuk wacana dengan piranti urutan waktu, unggahan 12 Mei memperlihatkan kata indeksian dari teks "*tahan, tenang.*" Unggahan terakhir pada 19 Juni menampilkan wacana dari kata "*jalan.*" Penelitian ini fokus kepada isi dari unggahan, sehingga saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya, mungkin bisa melihat reaksi dari para pembaca dan tanggapan para *followers* akun @nktchi setelah membaca pesan teks motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Altheide, D. L. , & Schneider, C. J. (2013). *Qualitative media analysis*. Sage.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens' social media habits and experiences. *Pew Research Center*, 28.
- Arief, S., & R. Raharjo. dkk. (2008). *Media Pendidikan*. PT. Raja Grafindo.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Sukabina Press.
- Berger, Arthur Asa. (2000). *Media and Communication Research Methods*. Sage Publications.
- Boeroe, G. (2005). *Sejarah Psikologi*. Ar Ruzz Media.
- Bungin, Burhan. (2001). *Metode Penelitian Sosial : Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Airlangga University Press.
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 190–197.
- de Vries, R. A. J., Truong, K. P., Kwint, S., Drossaert, C. H. C., & Evers, V. (2016). Crowd-Designed Motivation: Motivational messages for exercise adherence based on behavior change theory. *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 297–308.
- Elisabeth, N. , Yulika, F. , & Waspada, A. E. B. (2018). Desain Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat tentang Pelecehan Seksual pada Anak di Kota Medan. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(02).
- Fathurrohman, Muhammad., Sulistyorini. (2012). *Belajar dan Pembelajaran : Membantu Meningkatkan Mutu Pembelajaran sesuai Standar Nasional*. Teras, 141-142.
- Hamad, I. (2007). Lebih Dekat Dengan Analisis Wacana. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Hastuti, N. L. D. (2016). *Studi Komparasi Motivasi Belajar Biologi Antara Siswa Kelompok Peminatan dan Kelompok Lintas Minat di SMA Negeri 13 Semarang Tahun Pelajaran 2016/2017*.
- Imghani. (2019, November 22). *Illustration People Run Up The Stairs*.
<https://id.depositphotos.com/321020678/Stock-Illustration-People-Run-up-the-Stairs.Html>.
- Instagram. Diakses pada tanggal 18 November 2020 dari <http://www.instagram.com/nkcthi>.
- Jatmika, Herka Maya. (2005). Pemanfaatan Media Visual dalam Menunjang Pembelajaran Pendidikan Jasmani di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 3(1).

- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Kriyantono, R. (2010). Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media. *Jakarta: Kencana*.
- Lee, Eunji; Lee, Jung-Ah; Moon, Jang Ho; Sung, Yongjun (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552–556.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151–160.
- Marchella, FP. (2018). *Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini*. PT Gramedia Jakarta.
- Mazzoleni, G. (2015). The International Encyclopedia of Political Communication. *Content Analysis*, 1–10.
- Mitchell, W. J. T. (2005). There are no visual media. *Journal of Visual Culture*, 4(2), 257–266.
- Morris, W., & dkk. (1973). *The American Heritage Dictionary of the English Language*. Houghton Mifflin.
- Mu'awwanah, U. (2017). Perilaku Insecure Pada Anak Usia Dini. *As-Sibyan: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(1).
- Muhibudin. (2011). Dakwah dan Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Adzkira*, 02(02).
- Munadi, Yudhi. (2013). *Media Pembelajaran*. Gaung Persada Press, 81.
- Pawito, Ph.D. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Jogjakarta: Cet. II, LkiS, 170.
- Perdana, M. P. W. (2020). *Pengaruh Metode Dakwah Guru Sekumpul terhadap Intensitas Pembelajaran Sejarah pada Siswa Kelas X SMA Negeri 1 Martapura*.
- Prawira, P. A. (2014). *Psikologi Pendidikan dalam Perspektif Baru*. Ar-Ruzz Media.
- Prihartanta, Widayat. (2015). *Teori-Teori Motivasi*. *Jurnal Adabiya*, 1(83).
- Purwasito, A. (2017). Analisis Pesan. *Jurnal The Messenger*, 9(1), 103–109.
- Reynolds, Cecil R. dan Kathleen D. Paget. (2019, Desember 26). *National Normative and Reliability Data for the Revised Children's Manifest Anxiety Scale*, 324–336.
- Rizal, J. G. (2020a, August 11). Pandemi Covid-19, Apa Saja Dampak pada Ketenagakerjaan Indonesia? *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/11/102500165/pandemi-covid-19-apa-saja-dampak-pada-sektor-ketenagakerjaan-indonesia-?page=all>

- Rizal, J. G. (2020b, December 3). Kilas Balik 9 Bulan Pandemi Covid-19 dan Dampaknya di Indonesia. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/12/03/063000665/kilas-balik-9-bulan-pandemi-covid-19-dan-dampaknya-bagi-indonesia?page=all>
- Rohmawati, Agus dan Fatihatul Lailiyah. (2018). *Analisis Isi Pesan Nilai Sosial Dalam Iklan Bukalapak.com Periode Bulan Januari 2017-Bulan April 2018*. Universitas Islam Majapahit.
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan media sosial instagram dalam pembentukan identitas diri remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490–501.
- Sudirman, A. M. (2018). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2011). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyo, Budi P. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Metode Analisis Wacana*. Universitas Mercu Buana.
- Terry, G. (1996). *Prinsip – Prinsip Manajemen*. Bumi Aksara.
- Tiggemann, M.; Zaccardo, M. (2016). 'Strong is the new skinny: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology*.
- Vardiansyah, Dani. (2008). *Filsafat Komunikasi Suatu Pengantar. Cet. II*. PT Indeks, 25-26.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206.
- Wardayanti, K. Tatik. (2016, November 11). 7 Jenis Motivasi : Mana Yang Menginspirasi Anda?. *Intisari.grid.id*.
<https://intisari.grid.id/read/0351085/7-jenis-motivasi-mana-yang-menginspirasi-anda>.
- Wase, Abdul. (2017). *Pesan Dakwah Bergambar Melalui Instagram (Analisis Isi Pesan Dakwah Bergambar di Akun Instagram teladan.rosul.)*. Universitas Islam Negri Sultan Maulana Hasanudin Banten.
- Wijana, I. D. P., & Rohmadi, M. (2010). *Analisis Wacana Pragmatik: Kajian Teori dan Analisis*. Yuma Pustaka.